

### Informations- und Kommunikationstechnologie in Unternehmen

Kössler, Richard

Veröffentlichungsversion / Published Version  
Zeitschriftenartikel / journal article

Zur Verfügung gestellt in Kooperation mit / provided in cooperation with:  
SSG Sozialwissenschaften, USB Köln

#### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Kössler, R. (2004). Informations- und Kommunikationstechnologie in Unternehmen. *Statistisches Monatsheft Baden-Württemberg*, 7, 34-36. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-417729>

#### Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

#### Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

# Informations- und Kommunikationstechnologie in Unternehmen

**Dr. Richard Kössler**



Dr. Richard Kössler ist Leiter des Referats „Handel und Verkehr, Tourismus, Unternehmensregister“ im Statistischen Landesamt Baden-Württemberg.

**Auf den zunehmend globalisierten Märkten stellt die Nutzung moderner Informations- und Kommunikationstechnologie ein wesentliches Element für die Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft dar. Zur Positionsbestimmung auf diesem Feld werden auf Initiative der Europäischen Union seit 2002 in den Mitgliedstaaten abgestimmte Unternehmenserhebungen auf freiwilliger Basis durchgeführt. Baden-Württemberg beteiligte sich 2003 erstmals an dieser Erhebung. Dank der erfreulichen Auskunftsbereitschaft der angeschriebenen Firmen können nachfolgend einige Eckzahlen präsentiert werden, die insgesamt eine starke Aufgeschlossenheit der Wirtschaft gegenüber neuen Techniken belegen, auch wenn insbesondere bei kleineren Unternehmen noch ein gewisser Nachholbedarf zu erkennen ist.**

## **Computereinsatz und Internetnutzung weit gehend Standard bei Unternehmen**

Der Einsatz von Computern ist inzwischen in einer deutlichen Mehrheit von 83 % der in der Erhebung repräsentierten Unternehmen (*siehe i-Punkt*) zur Selbstverständlichkeit geworden. Selbst in kleineren Firmen unter 20 Beschäftigten vertrauen lediglich 18 % noch nicht auf dieses Medium (*Schaubild 1*). Unter den größeren Unternehmen verzichten dagegen nur noch einzelne Ausnahmefälle auf die Nutzung dieser Technik. Wenn Computer eingesetzt werden, ist in 94 % der Fälle auch ein Internetzugang vorhanden. Damit liegt der Anteil aller Unter-

nehmen mit Zugang zum weltweiten Netz bei 78 %, also nur geringfügig niedriger als die Computernutzung insgesamt. Auch hier verläuft eine Trennlinie zwischen den kleinen Unternehmen (bis 19 Beschäftigten) mit einem Anteil von 76 % zu den größeren, bei denen eine Netzverbindung nach außen mit Anteilen ab 96 % nahe bei der Grenze zur Vollversorgung liegt.

## **Nur Teil der Mitarbeiter hat Zugang**

Allerdings wird innerhalb der Firmen die Zugangsmöglichkeit zu Computern bzw. zum Internet offensichtlich selektiv vergeben. Dabei ist sicherlich auch zu berücksichtigen, dass die möglichen Bezugspunkte zur Computernutzung in vielen Berufsgruppen wie zum Beispiel bei Maurern eher gering sind. Deshalb liegen die Anteile der Beschäftigten mit Computer- bzw. Internetzugang deutlich niedriger als die entsprechenden Werte bezogen auf die Unternehmen. Immerhin hat aber die Hälfte der Beschäftigten Zugang zu einem Computer. Bemerkenswerterweise verfügen in den kleineren Unternehmen ebenso wie in den größeren Firmen (ab 250 Beschäftigten) überdurchschnittlich viele Mitarbeiter über einen Arbeitsplatz mit Computerausstattung. In den mittleren Unternehmen trifft dies dagegen nur auf eine Minderheit von 39 % (bei 20 bis 49 Beschäftigten) bzw. 42 % (bei 50 bis 249 Beschäftigten) zu. Der Zugang zum Internet beschränkt sich nochmals auf einen deutlich kleineren Teil der Mitarbeiter, denn insgesamt kann nur eine Minderheit von

**i** In der Erhebung über die Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologie in Unternehmen 2003 sind mit dem Verarbeitenden Gewerbe, dem Baugewerbe, dem Handel, dem Gastgewerbe, dem Verkehr und der Nachrichtenübermittlung sowie den unternehmensnahen Dienstleistern weite Bereiche der Privatwirtschaft repräsentiert. Nach einer Zufallsauswahl im Rahmen einer geschichteten Stichprobe wurden 5 050 Unternehmen aus Baden-Württemberg angeschrieben. Der

für eine freiwillige Erhebung außergewöhnlich hohe Rücklauf von 2 200 Meldungen bzw. fast 44 % belegt das rege Interesse, das die Wirtschaft selbst diesem Thema entgegenbringt. Angesichts dieser Anzahl von verwertbaren Antworten lassen sich auch auf Landesebene für die stärker belegten Merkmale neben den jeweiligen Ergebnissen für die Gesamtheit der einbezogenen Wirtschaftsbereiche auch Differenzierungen nach der Unternehmensgröße sowie in einer gröberen Wirtschaftszweiguntergliederung darstellen.

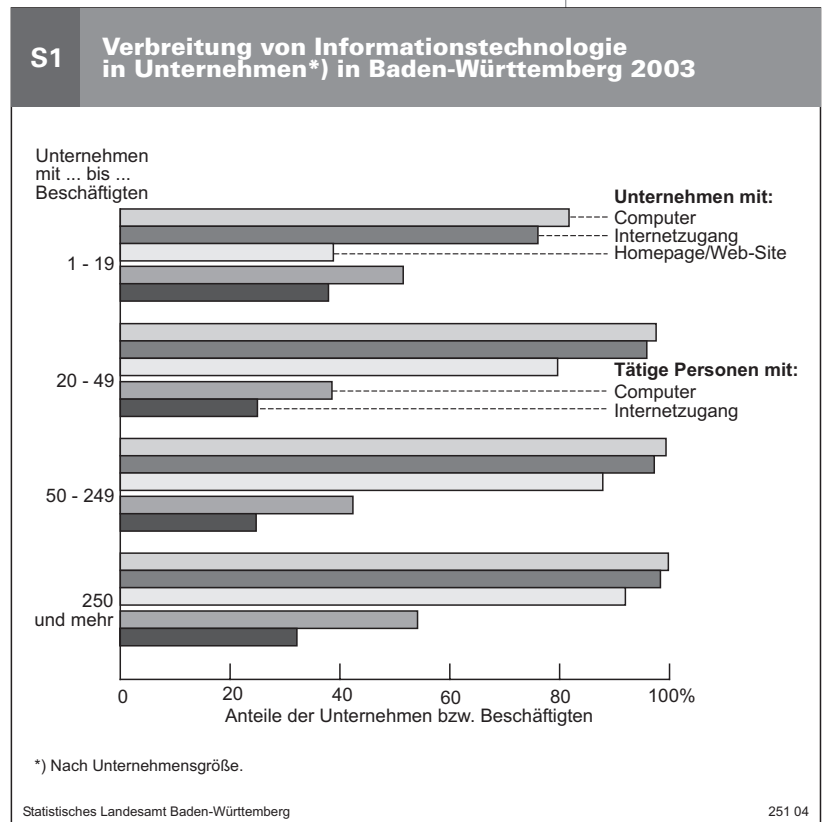
31 % der Beschäftigten das Internet dienstlich nutzen. Deutlich überdurchschnittlich ist der Anteil von 38 % der tätigen Personen mit Internetzugang nur in den kleinsten Firmen. Dies lässt sich sicherlich damit erklären, dass hier zugangsberechtigte Firmeninhaber oder deren Familienangehörige häufig einen wesentlichen Teil der Gesamtbelegschaft stellen. In den mittleren und größeren Unternehmen werden die mit einem Internetzugang von Mitarbeitern verbundenen Risiken (zum Beispiel private Nutzung) hingegen offensichtlich stärker gewichtet.

Allerdings spielt in diesem Zusammenhang auch die Branchenzugehörigkeit eine wesentliche Rolle. So hat vor allem im Bau, im Gastgewerbe sowie im Bereich Verkehr und Nachrichtenübermittlung mit jeweils weniger als einem Viertel nur ein vergleichsweise geringer Teil der Belegschaft Zugang zum Internet. Wesentlich verbreiteter ist die Zugangsmöglichkeit zum Internet dagegen bei den Mitarbeitern in den unternehmensnahen Dienstleistungsbranchen. Aus nachvollziehbaren Gründen nehmen vor allem die Unternehmen im Datenverarbeitungsbereich und in der Forschung und Entwicklung mit herausragenden 89 % eine Sonderrolle ein.

### Vielfältige Nutzung des Internet

Angesichts der vielfältigen Einsatzmöglichkeiten des Internet überrascht es nicht, dass die Firmen bei der Frage nach Art der Nutzung im Regelfall mehrere Antworten geben (*Schaubild 2*). Gleichwohl lässt sich eine deutliche Abstufung erkennen. In 95 % der Unternehmen mit Internetzugang steht die Informationsbeschaffung im Vordergrund, immerhin aber kommt auch die Inanspruchnahme von Finanzdienstleistungen über Internet, wie zum Beispiel das Online-Banking, bereits auf stattliche 66 %. Auch für die Marktbeobachtung (46 %), den Bezug digitaler Produkte (37 %), die Inanspruchnahme von Kundendienstleistungen (35 %) sowie die Kommunikation mit der öffentlichen Verwaltung (30 %) nutzen noch relativ viele Firmen das Internet. Allerdings erweist sich gerade der letztgenannte Bereich häufig noch als Einbahnstraße. Im Vordergrund stehen hier nämlich bei 24 % der Firmen mit Internetzugang die Informationsbeschaffung bzw. bei 22 % das Herunterladen von Formularen, während deutlich seltener Formulare elektronisch zurückgesandt (10 %) oder gar Vorgänge komplett abgewickelt werden (6 %).

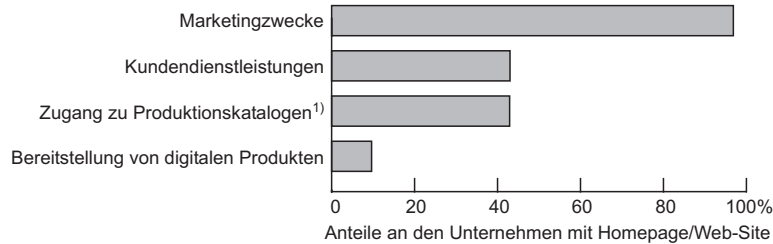
Eine ähnliche Asymmetrie zeigt sich auch im Bereich der Internetkäufe bzw. -verkäufe. Ledig-



lich 10 % der Unternehmen mit Internetzugang verkaufen nämlich zumindest einzelne ihrer Produkte über das Internet, wobei die wertmäßige Bedeutung gemessen am Gesamtumsatz nur marginal ist. Auf der anderen Seite nutzen immerhin 26 % der Firmen mit Internetanschluss dieses Medium für Einkäufe von Produkten, wobei allerdings auch hierauf nur ein unbedeutender Ausgabenanteil entfällt. Insgesamt stellt das Internet damit im Regelfall nur einen von mehreren Vertriebs- bzw. Einkaufswegen dar, dessen wirtschaftliche Bedeutung jedoch noch deutlich begrenzt ist.



S3

**Zweck der Einrichtung einer Homepage/Web-Site  
in Unternehmen in Baden-Württemberg 2003**

1) bzw. Preislisten

Statistisches Landesamt Baden-Württemberg

253 04

**Erst Minderheit der Unternehmen hat  
eigenen Internet-Auftritt**

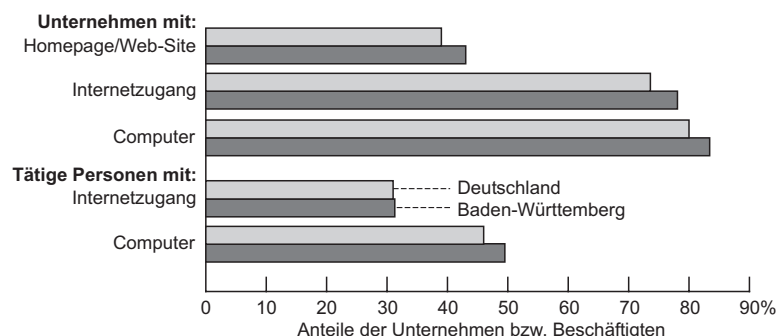
Im Gegensatz zum Internetzugang beschränkt sich ein Internet-Auftritt in Form einer eigenen Homepage oder zumindest einer Web-Site noch auf eine Minderheit von 43 % der Unternehmen. Dies liegt vor allem daran, dass die Einrichtung und Pflege eines solchen Auftritts in vielen der anzahlmäßig überwiegenden kleineren Firmen unter 20 Beschäftigten offensichtlich als zu aufwändig bzw. nicht lohnend eingestuft wird. Auch mangelndes Know-how dürfte in diesem Zusammenhang eine Rolle spielen. Von diesen kleineren Unternehmen präsentieren sich lediglich 39 % selbst im Internet. Bei den größeren Firmen dagegen wird ein eigener Auftritt im Internet zunehmend zum Standard, denn bereits ab 20 Beschäftigten präsentiert sich eine

deutliche Mehrheit von 80 % in dieser Form. Auch branchenmäßig zeigen sich hier deutliche Unterschiede. Während im Datenverarbeitungsbereich und in der Forschung und Entwicklung mit immerhin 68 % und im Verarbeitenden Gewerbe mit 63 % bereits eine Mehrheit selbst im Internet auftritt, trifft dies vor allem im Bereich Verkehr und Nachrichtenübermittlung mit 21 % und im Gastgewerbe mit 17 % nur auf eine deutliche Minderheit zu. Fragt man nach dem Motiv für die Einrichtung einer eigenen Homepage bzw. Web-Site, so überwiegen unter den Firmen mit Internet-Auftritt die fast durchweg genannten Marketingzwecke eindeutig (*Schaubild 3*). In jeweils weniger als der Hälfte der Fälle werden Kundendienstleistungen angeboten oder ein Zugang zu Produktkatalogen oder Preislisten gewährt. Dagegen stellen lediglich 10 % digitale Produkte wie Software oder Musik zum Verkauf oder auch kostenlos über das Internet bereit.

**Leichter Vorsprung baden-  
württembergischer Unternehmen**

Bei einem Vergleich Baden-Württembergs mit den entsprechenden Bundesergebnissen zeigen sich auf beiden Ebenen zwar nahezu durchgehend sehr ähnliche Strukturen. Die meisten Kennziffern deuten aber auf einen leichten Entwicklungsvorsprung baden-württembergischer Unternehmen bei der Nutzung moderner Informations- und Kommunikationstechnologie hin. So lagen die Anteile der Unternehmen mit Computernutzung, Internetzugang sowie eigener Homepage bzw. Web-Site im Land 2003 um 3 bis 4 Prozentpunkte über den entsprechenden Bundeswerten (*Schaubild 4*). Dies schlägt sich auch in einem um 4 Prozentpunkte höheren Anteil der Mitarbeiter mit Computernutzung nieder. Lediglich beim Internetzugang der Mitarbeiter entsprechen sich die Anteilswerte im Land und im Bund. Angesichts der größeren Verbreitung des Internets unter den baden-württembergischen Unternehmen scheint unter diesen Firmen also hinsichtlich der Zugangsmöglichkeit der Mitarbeiter eine etwas restriktivere Praxis vorzuherrschen als bundesweit. ■

S4

**Verbreitung von Informationstechnologie  
in Unternehmen in Baden-Württemberg  
und im Bundesgebiet 2003**

Weitere Auskünfte erteilt

Dr. Richard Kössler, Telefon 0711/641-2732

E-Mail: Richard.Koessler@stala.bwl.de